

EMPRESAS INOVADORAS E GESTÃO DA INOVAÇÃO



O desenvolvimento económico sustentado de um país só é possível através da criação de empresas inovadoras, que possam actuar de um modo competitivo nos mercados regionais e globais.

NÃO SE INOVA
PORQUE É
INTERESSANTE
OU ESTÁ
NA MODA.
INOVA-SE POR
NECESSIDADE
COMPETITIVA;
ACEITAM-SE OS
RISCOS E AS
DIFICULDADES
DO PROCESSO DE
INOVAÇÃO PARA
GARANTIR A
SOBREVIVÊNCIA
SADIA DA
EMPRESA.

No caso de Angola, o mercado regional onde as empresas terão de ter capacidade de actuação é o mercado da África Austral.

O funcionamento e a garantia de *performance* adequada das empresas inovadoras exigem um conhecimento aprofundado da teoria, dos modelos e das metodologias associados à Gestão da Inovação

A análise estruturada dos mecanismos de Gestão da Inovação contempla o estudo e as decisões em torno de quatro temas essenciais: A necessidade de Inovar (*why*); os Tipos de Inovação (*what*); o Modelo de Gestão da Inovação (*how*); as Organizações Inovadoras (*where*).

A resposta à primeira questão, “Porque é que as organizações têm de inovar?” é simples: Porque a globalização o exige, concretamente, porque essa é a única maneira de ser competitivo num mercado global e nos mercados regionais de influência directa.

Não se inova porque é interessante ou está na moda. Inova-se por necessidade competitiva; aceitam-se os riscos e as dificuldades do processo de inovação para garantir a sobrevivência sadia da empresa.

Os tipos de inovação também são conhecidos: Inovação incremental ou radical; nos produtos/ serviços, nos processos, no posicionamento e no paradigma. A Inovação incremental faz parte do dia-a-dia da gestão das empresas. O que faz a diferença é a Inovação radical.

Apesar do fascínio com que se acompanham as inovações nos produtos, as inovações mais importantes, para a maior parte das empresas e, em particular, para as empresas angolanas, situam-se no âmbito dos processos e do posicionamento. As empresas inovadoras são estruturadas, organizadas e disciplinadas, pelo que adoptam modelos de Gestão da Inovação.

Todos os modelos incluem o chamado *pipeline* da inovação – Pesquisa de Ideias Inovadoras; Selecção; Implementação; Captura de Valor; e dois patamares de enquadramento deste processo: Estratégia e Cultura para a Inovação.

No âmbito da estratégia, as empresas inovadoras adoptam modelos de inovação aberta e estratégias de diferenciação, melhorando a capacidade competitiva em mercados exigentes e muito competitivos.

A cultura para a inovação, que tem de existir nas empresas inovadoras, contempla um conjunto alargado de variáveis, desde a gestão dos talentos, à aprendizagem através dos erros e à formação tecnológica e comportamental.

A conclusão deste processo analítico conduz-nos às organizações inovadoras que apresentam características das quais se destacam: uma visão partilhada, liderança e vontade de inovar; estrutura apropriada; pessoas-chave; trabalho em equipa efectivo; desenvolvimento individual contínuo e esforçado; comunicação extensiva; alto envolvimento na inovação; *focus* externo; e clima criativo.

No topo da organização inovadora, situam-se as *learning organizations* – com altos níveis de envolvimento, interno e externo, na experimentação pró-activa, na detecção e resolução de problemas, comunicação, partilha de experiências e captura e disseminação de conhecimentos.

Angola tem um número reduzido de organizações inovadoras com dimensão adequada, o que justifica o baixo nível de inovação radical, com a conseqüente baixa de produtividade e de competitividade nos mercados externos, em que algumas empresas já actuam. A alteração da situação, a curto prazo, exige uma aposta clara no investimento estrangeiro.

O caminho a seguir passa, assim, por atrair para Angola grandes empresas de base tecnológica, com programas de promoção e de incentivos adequados, de ordem financeira e fiscal, que valorizem o conhecimento tecnológico já existente e promovam novas tecnologias, em estreita colaboração com as Escolas de Engenharia do país, funcionando, também, como escolas de aplicação das novas ferramentas tecnológicas. &